

UNIVERSIDAD DEL SALVADOR

**FACULTAD DE CIENCIAS
DE LA EDUCACIÓN Y DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

LICENCIATURA EN PERIODISMO


**USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR**
TRABAJO FINAL DE LICENCIATURA

TEMA: “DIRECCIÓN DE PRODUCCIÓN PARA TELEVISIÓN”

ALUMNO: PABLO CULELL

DIRECTOR DE CARRERA: PROF. DR. DANIEL SINOPOLI

RESUMEN

El presente trabajo aborda el proceso de producción en el medio televisivo y demuestra la importancia que ocupa el rol de la producción ejecutiva para llevar adelante con éxito un proyecto, liderado a través de un trabajo en equipo.

Si bien el trabajo de los equipos es duro, no tiene por qué ser radicalmente complejo. Para esto se requiere de profesionales con múltiples habilidades creativas y funciones de liderazgo. El talento del productor ejecutivo consiste en hacer que todas estas aptitudes convivan, aportando sus conocimientos y experiencia y conciliando entre todos los miembros del equipo, en función de la calidad del proyecto que se persigue.

También aclara nociones acerca de la estructura, composición y funcionamiento ideales para lograr el óptimo rendimiento del equipo de producción.

Mediante las siguientes páginas pretendo acercar parte de la experiencia que he adquirido a lo largo de los últimos quince años en el campo de la producción televisiva, a todos aquellos alumnos que se inician en la carrera de periodismo y añoran convertirse en profesionales de este medio.

Sospecho que hay muchos enfoques desde el que podemos analizar el desarrollo de producción que vive un programa desde que se gesta como una idea hasta que ocupa la grilla de un canal, pero espero que resulten útiles los recursos y pensamientos reflejados en este compendio y contribuyan a mejorar el desempeño de los equipos que se embarcan en la difícil tarea de producir cualquier obra audiovisual.

Palabras clave: medios, televisión, producción, proyecto

CONTENIDOS

Introducción

1 Proceso de creación de un proyecto

- 1.1 La elección del proyecto
- 1.2 De la idea al guión literario
- 1.3 Presentación del proyecto
- 1.4 Tipología de programas televisivos

2 El Guión

- 2.1 El rol del guionista
- 2.2 Herramientas para la elaboración de un guión
- 2.3 Construcción de los personajes
- 2.4 Limitaciones de tiempo y presupuesto
- 2.5 Los ganchos comerciales

3 Proceso de producción

- 3.1 Elaboración del presupuesto
- 3.2 Las tres etapas: pre producción, grabación o rodaje y post producción
- 3.3 El equipo de trabajo

4 Programación televisiva

- 4.1 El discurso televisivo
- 4.2 La programación televisiva
- 4.3 ¿Qué es programar?
- 4.4 Franjas horarias

5 La televisión argentina en los últimos quince años

- 5.1 Privatizaciones
- 5.2 La irrupción del cable
- 5.3 Productoras independientes
- 5.4 Exportación de proyectos
- 5.5 Televisión investigadora – El caso “Ser Urbano”

6 Algunas diferencias entre la televisión y el cine

Conclusiones

Bibliografía

INTRODUCCIÓN

La creación de un producto audiovisual es el resultado de un trabajo en equipo liderado y organizado por un productor, y que requiere de una cuidadosa planificación para que en cada una de las etapas del proceso productivo se alcance el mayor rendimiento. En los medios audiovisuales se mueven elementos parecidos a los de cualquier rama industrial: capital, medios y trabajo.

La planificación, organización y control que exige la producción de programas audiovisuales tienen que seguir un proceso coherente y estructurado que permita la resolución de todas las actividades que implica la elaboración del producto. La tarea de producción empieza en el mismo momento que se perfila el proyecto e incluso se prolonga después de que éste haya finalizado.

La eficacia y eficiencia de un producto audiovisual dependerá en muchos casos de poder disponer de profesionales capaces de combinar creatividad y organización. Profesionales que puedan transformar una idea en una realidad que satisfaga las necesidades y gustos de una audiencia, mediante una inversión de recursos razonable, y todo ello en medio de un entorno que se presenta competitivo y cambiante.

Elementos y factores que intervienen en la producción cinematográfica y televisiva

Producir una obra audiovisual es un proceso que pasa por diversas etapas antes de llegar al diseño de producción propiamente dicho. Sea cual sea la producción habrá que definir, analizar, diseñar, planificar, programar, financiar, ejecutar y explotar. De este proceso se ocupa el equipo de producción cuya estructura se armará según las características específicas de cada programa.

Variarán los planeamientos de producción para una tira diaria que para un programa periodístico semanal. En todos los casos, el equipo de producción, a lo largo del proceso de producción, deberá plantearse y responder con su trabajo a ciertas cuestiones. El productor, guionista y realizador español Federico Fernández Diez las sintetiza de la siguiente manera:

- ¿Qué es lo que se quiere producir? En función del target (público objetivo), más las posibilidades de comercialización del producto.
- ¿Cuáles son los medios para producirlo? Se determinarán los recursos humanos, técnicos y materiales que se necesiten.
- ¿Cómo se organizan estos medios? Se elaborará un plan de trabajo que considere el tiempo y espacio en que se dará forma al proyecto.
- ¿Cuánto cuesta llevar a cabo el proyecto? Para esto se elaborará un presupuesto artístico y técnico.
- En una etapa más avanzada se evaluará el desarrollo de la producción en función de los tiempos y costos evaluados en el presupuesto y se buscará una solución ante los eventuales imprevistos.

En la producción intervienen diferentes elementos:

- 1- Creativos: relacionados con el proyecto “idea” que se plasman en un guión y en las soluciones de realización adoptadas.
- 2- De dirección y gestión: centrados en la organización y programación de las necesidades que plantea el proyecto.
- 3- De seguimiento y control: para asegurar un perfecto cumplimiento del plan de trabajo o diseño de producción o para introducir cambios oportunos.
- 4- Económicos: relacionados a la contención del presupuesto.

5- De mercado: vinculado al target al que se dirigirá el proyecto y en función de esto el análisis para evaluar las posibilidades de venta.

6- De marketing: en la evaluación de la forma en que se venderá el proyecto.

A través de la planificación y posterior control, el productor influirá decisivamente sobre la calidad final del programa. El trabajo del equipo de producción y de realización se deberá desarrollar conjuntamente. El director crea dentro de una estructura que le asignó el productor, y de la conjunción del esfuerzo se beneficia el producto.

